

Provincie Friesland



SWOT-ANALYSE 71 WINKELGEBIEDEN

Broekhuis Rijs Advisering | 11 oktober 2019

Provincie Friesland – Onderzoek 71 winkelgebieden

INLEIDING

In het kader van de Friese Retailaanpak is door Broekhuis Rijs Advisering, in opdracht van de Provincie Friesland en 15 Friese gemeenten, onderzoek verricht naar sterktes en zwaktes van diverse winkelgebieden in de provincie. In totaal gaat het om 71 winkelgebieden, verspreid over de hele provincie. In het onderzoek zijn de volgende vragen aan bod gekomen:

- a. Hoe ziet het winkelgebied eruit, wat zijn de sterke en zwakke kanten, wat zijn de kansen en bedreigingen? De winkelgebieden zijn aan de hand van diverse kwantitatieve en kwalitatieve criteria beoordeeld.
- b. Hoe zijn de gebieden randvoorwaardelijk ingevuld? Hierbij gaan we in op de bereikbaarheid, de indeling van het winkelgebied, de parkeergelegenheid en overige aspecten van de inrichting van de openbare ruimte
- c. Hoe zijn de ondernemers actief in het veld? Hierbij geven we inzage in het al dan niet aanwezig zijn van ondernemersverenigingen, de aanwezigheid van een centrummanager, van wanneer het detailhandelsbeleid dateert, en of er specifieke verordeningen of regelingen voor ondernemers zijn.

Om deze vragen te beantwoorden is ons verzocht om dit in de vorm van een SWOT-analyse uit te voeren, waarbij elk winkelgebied op dezelfde wijze in kaart gebracht wordt. Op deze wijze is het eenvoudig om het onderzoek na enige tijd te herhalen, zodat ontwikkelingen ook helder naar voren komen. Op basis van de analyse kan ook het verzorgingsniveau en de rangorde van de winkelgebieden qua verzorgingsniveau bepaald worden. De uitkomsten van het onderzoek leveren per winkelgebied voldoende informatie op dat als basis kan dienen voor de in de volgende fase te zetten stappen om de winkelgebieden te versterken. Tevens geeft het onderzoek inzage in mogelijk in te zetten instrumentarium om deze versterking van de winkelgebieden uit te voeren. Het uiteindelijke doel is om de winkelgebieden zo aantrekkelijk en compact mogelijk te houden of maken.

We gaan nu eerst in op de verschillende onderdelen van de SWOT-analyse; we geven per onderdeel een toelichting. De SWOT-analyses zelf zijn aan het eind opgenomen, alfabetisch geordend per gemeente. Na de toelichting geven we zicht op het mogelijk in te zetten instrumentarium.

TOELICHTING SWOT-ANALYSES

In de eerste helft van 2019 is gewerkt aan de analyse en rapportage van 71 winkelgebieden in de provincie Friesland. De gehanteerde methodiek, en de bepaling van de aspecten die per winkelgebied zijn bekeken en beoordeeld, zijn tot stand gekomen in nauwe afstemming met de Provincie Friesland en de betrokken gemeenten. De SWOT-analyse is een combinatie van data-onderzoek en locatiebezoek; de gemeenten zijn gedurende het onderzoek twee keer in de gelegenheid gesteld om feedback te geven op de bevindingen. Diverse gemeenten hebben de ondernemers hierbij betrokken. Per winkelgebied is gekeken naar onder meer de typering van het winkelgebied en de gebiedsaspecten, naar het aanwezig zijn van gemeentelijk beleid, de organisatie van de ondernemers en naar de wijze waarop met social media wordt omgegaan. Op basis van alle gegevens is een sterkte-zwakteanalyse uitgevoerd en wordt per winkelgebied een advies gegeven met mogelijk in te zetten instrumenten. Aan het eind van elke rapportage is een schematisch overzicht in tabelvorm opgenomen. De wijze waarop de gegevens tot stand gekomen zijn wordt in deze toelichting beschreven. Hieronder geven we per onderdeel een toelichting. In alle opzichten is gebruik gemaakt van de meest recente gegevens.

DATA WINKELGEBIED EN WINKELS

De data van winkels, zoals vierkante meters, aantal vestigingspunten, het overzicht van de branches en de leegstandscijfers, zijn afkomstig uit het gegevensbestand van Locatus. Het moment waarop deze data zijn gedownload liggen allemaal in februari 2019. Alleen in het geval van Terschelling (later ingestapt) is dit juni 2019. Uiteraard is het altijd een momentopname; soms kunnen op het moment van verschijnen van de rapportages enkele situaties zijn veranderd. Als dat tijdens het locatiebezoek al duidelijk was, is in een enkel geval een aanpassing doorgevoerd. Dit staat dan vermeld in de rapportage. De gegevens van de hele provincie Friesland en van Nederland dateren eveneens van februari 2019. In sommige gevallen is een vergelijking gemaakt met uitkomsten van het Koopstromenonderzoek, dat door ons in 2017 is uitgevoerd voor de provincie; alle winkelgebieden van het Koopstromenonderzoek zijn nu weer meegenomen.

DEMOGRAFISCHE GEGEVENS

De demografische gegevens betreffen het aantal inwoners van de plaats of wijk en de leeftijdsverdeling. Nagenoeg alle gegevens zijn afkomstig van het CBS, met als data 1 januari 2015, 2016, 2017 en 2018. In het geval van Leeuwarden is vooral gebruik gemaakt van de gegevens van de eigen gemeentelijke site, met voorlopige data van 1 januari 2019. Voor diverse gemeentes is tevens gebruik gemaakt van aanwezige Woonvisies.

ASPECTEN WINKELGEBIED

De diverse aspecten van het winkelgebied hebben een score gekregen van 'matig', 'gemiddeld' of 'goed'. Deze beoordeling is tot stand gekomen door minimaal één bezoek van ons bureau aan het betreffende winkelgebied. De locatiebezoeken hebben plaats gevonden in de periode van februari tot en met juni 2019. Soms is nog een tweede bezoek gebracht. Verder is de aanwezige bureaукennis benut en is informatie van met name de gemeentelijke sites gehaald. Verder is per gemeente ook gesproken met de gemeentelijke vertegenwoordiging.

De beoordeling is gemaakt op basis van een combinatie van 'harde' en 'zachte' gegevens; bij deze laatste is vooral het verwachtingspatroon van een bezoeker in gedachten gehouden. Op het moment dat een bezoeker aangenaam verrast is over bijvoorbeeld het aanbod, of juist teleurgesteld, dan volgt hierop een beoordeling 'goed' of 'matig'. Als het aanbod voldoet aan de verwachtingen is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven.

Bij de beoordeling voor het onderdeel 'kwaliteit en variatie winkels' is onder meer gekeken naar het aanbod in de dagelijkse sector, of er zowel fullservice als discountsupermarkten aanwezig zijn, en of er naast supermarkten ook speciaalzaken aanwezig zijn. Bij de niet-dagelijkse sector is o.a. naar de verschillende prijssegmenten gekeken, naar het aantal ketenbedrijven, en naar de kwaliteit van de winkel zelf. Is het aanbod meer of minder dan je zou verwachten, dan is de beoordeling hierop aangepast. Aspecten als 'bereikbaarheid', 'compactheid', 'ondersteuning daghoreca' hebben veel 'harde' gegevens in de beoordeling. De aanwezigheid van bepaalde wegen, horeca en de exacte ligging is objectief vast te stellen. Dit geldt ook in belangrijke mate voor parkeergegevens (van auto's en fietsen); hierbij is zo mogelijk tevens gebruik gemaakt van aanwezige parkeernota's. De kwalitatieve beoordeling van een parkeerlocatie kent iets meer subjectieve gegevens; het gaat hier onder meer om de in- en uitrit, afmeting van een parkeerplaats, vindbaarheid van de locatie, onderhoudsniveau enz.

Het aspect met de minst 'harde' gegevens is de 'sfeer en gezelligheid/beleving'. Dit gaat meer over het gevoel dat een winkelgebied oproept, in combinatie met hetgeen de bezoeker op zo'n plek verwacht. De sfeer in een bepaald gebied bestaat ook niet uit één element, maar is de combinatie van diverse elementen. Het aanbod aan winkels, horeca en dienstverlening, maar ook de inrichting van de openbare ruimte, aanwezigheid van toeristische trekpleisters, historische ambiance, zijn enkele van deze elementen.

VERZORGINGSFUNCTIE

Vooral op basis van alle voorgaande gegevens is het mogelijk om de verzorgingsfunctie (bijvoorbeeld lokaal, bovenlokaal of regionaal) van het winkelgebied vast te stellen. Het totale aanbod, het aanbod in de modische sector, de aanwezigheid van bepaalde ketens e.d. zijn hierin onder meer bepalend. Ook de gegevens vanuit het Koopstromenonderzoek zijn meegenomen bij de bepaling van de verzorgingsfunctie van het winkelgebied. Dit betreft vooral de omvang van het gebied waar de winkels hun klanten regelmatig vandaan halen.

OVERIGE ASPECTEN

Alle onderwerpen onder de kop 'overige aspecten' zijn verkregen uit de gesprekken met de gemeentelijke vertegenwoordigers. Deze hebben deels ter plekke bij de gemeente, deels telefonisch plaatsgevonden. Aanvullend zijn vaak nog per mail gegevens uitgewisseld. Ook is op het internet (soms op de gemeentelijke site, soms via de site van een ondernemersvereniging) informatie verzameld. Met de ondernemersverenigingen zelf zijn geen gesprekken gevoerd. In de hele provincie zijn weinig regelingen op het gebied van de detailhandel opgesteld. Voorbeelden hiervan zijn onder meer een leegstandsverordening, een stimuleringsregeling (verplaatsing, aanpak gevels) of een winkel-/social media scan. Wel is op meerdere plekken sprake van andere voorzieningen waar ondernemers gebruik van kunnen maken; een voorbeeld hiervan is een ondernemersfonds. Indien aanwezig, is hiervan melding gemaakt.

INTERNET / SOCIAL MEDIA

Voor elk winkelgebied is het al dan niet aanwezig zijn op internet gecheckt. Belangrijk in de score is zowel het aanwezig zijn van een website, maar ook de kwaliteit hiervan. Ook is aangegeven (en gecheckt) of het winkelgebied een Facebookpagina heeft, en of ze gezamenlijk gebruik maken van Instagram. Bij social media is veelal tevens aangegeven of het winkelgebied en/ of de ondernemers individueel hiervan gebruik maken.

ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

Voor elk winkelgebied specifiek is het aan het eind een advies gegeven voor de mogelijke aanpak van daarvoor genoemde aandachtspunten. Deze aandachtspunten zijn uit de uitkomsten van de SWOT-analyse naar voren gekomen. In een aantal gevallen zijn duidelijke instrumenten te benoemen en te benutten. Sommige instrumenten zijn in meerdere winkelgebieden toepasbaar. Op provinciaal niveau komt hier in een aantal gevallen een rode draad uit. Het is mogelijk om, met

name voor deze instrumenten die in meerdere winkelgebieden toepasbaar zijn, een subsidieregeling in te zetten ter ondersteuning van een toekomstbestendig en aantrekkelijk winkelgebied.

MOGELIJK IN TE ZETTEN INSTRUMENTARIUM

Voor veel kernen ligt er een uitdaging om het winkelgebied compacter te maken. Veelal is dit noodzakelijk om de leegstand te verlagen. De leegstand is lager dan enkele jaren geleden, maar er is sprake van grote verschillen tussen de diverse winkelgebieden. Vooral de (middel-)grote kernen kennen nog een hoog leegstandsniveau, met name in de centrumgebieden. De mogelijkheden om de leegstand terug te dringen zijn sterk afhankelijk van de lokale situatie; vaak is maatwerk gewenst. Toch is met een gezamenlijke aanpak van alle betrokkenen wel degelijk resultaat te behalen. Naast het fysiek compacter maken van centra, het aantrekkelijker maken van de openbare ruimte en het bieden van een passend en compleet assortiment in een centrum is in veel winkelgebieden het professionaliseren van het ondernemerschap een belangrijke uitdaging. Het gaat hierbij om de bewustwording van de ontwikkelingen in de detailhandel in de volle breedte. De wijze waarop de ondernemer en de ondernemersvereniging in de wereld van de fysieke winkel, het internet, de social media en omnichannel kansen kan benutten, kan nog fors verbeterd worden.

Het juiste instrumentarium dient dan op de juiste plek ingezet te worden; hierin komen enkele instrumenten naar voren die in diverse winkelgebieden ingezet kunnen worden. Instrumenten die in meerdere winkelgebieden ingezet kunnen worden zijn:

1. Op het gebied van **professionalisering ondernemers/ondernemerschap**:
 - a. Investeren in samenwerking:
 - i. Modules MKB Noord inzetten ter ondersteuning ondernemerschap
 - ii. Instellen ondernemersfonds
 - b. Professionalisering, waar de samenwerking al functioneert.
 - i. Modules MKB Noord gericht op inhoudelijke kennisverwerving inzetten
 - ii. Opstellen kaarten met bedrijfsopvolgingsproblematiek op basis van leeftijd en opvolging per bedrijf
 - iii. Scan presentatie en profilering winkelpand, inclusief website/social media
 - iv. Internet/social media, bv. spreekuur houden door deskundige; zowel gezamenlijk (winkeliers als totaal) als individueel
2. Op het gebied van **inrichting openbare ruimte**:
 - a. Overheid vult randvoorwaarden voor het goed kunnen functioneren van een winkelgebied in:
 - i. Betere geleiding looproutes en zichtlijnen middels bv. groen
 - ii. Aankleding winkelgebied
 - iii. Plaatsen fietsenklemmen

- b. Parkeerbeleid
 - c. Uitstallingenbeleid
3. **Stimuleringsregeling**; diverse vormen mogelijk en nader lokaal in te vullen:
 - a. Plansubsidie voor opstellen van een verbouwing of gevelaanpassing
 - b. Aanpak gevels (bv. in combinatie met scans)
 - c. Transformatie van detailhandel naar andere functie
 - d. Verplaatsingssubsidie voor ondernemers van buiten naar binnen kernwinkelgebied
 - e. T.b.v. leefbaarheid en/of sociale controle: bovenruimtes geschikt maken voor bewoning
 4. **Opstellen detailhandelsvisie**: als basis voor het gemeentelijk beleid om o.a. helderheid te bieden over ingezette koers.
 5. **Detailhandels- vastgoedregie** voor centrumgebieden, bijvoorbeeld in regionaal verband. Betreffende persoon moet goed ingevoerd zijn, heeft overleg met alle stakeholders, is onpartijdig (vertrouwen winnen). Krijgt hierdoor goed inzicht in mogelijkheden voor o.a. bedrijfsverplaatsing, huurniveaus, bedrijfsbeëindiging, investeringsmogelijkheden en -wensen, enz. Hij/zij moet alle puzzelstukjes kennen en in elkaar laten vallen.
 6. **Bestemmingsplan** aanpassen: om te voorkomen dat op ongewenste locaties opnieuw detailhandel gaat ontstaan: planologische veegoperatie.
 7. **Vastgoedsaneringsfonds**, garantstelling, herverkaveling: grootschalige ingrepen, waarbij meerdere partijen zijn betrokken. De gemeente is hier slechts één van de partijen, en niet altijd degene die het proces zou moeten leiden.

Met het ene instrument is sneller resultaat te behalen dan met het andere. Bovendien vragen bepaalde maatregelen om aanpassing van beleidsmatige of juridische kaders. Ook is de benodigde en beschikbare inzet van (financiële) middelen niet overal gelijk. Zoals hiervoor aangegeven kan een subsidieregeling een goede zet in de rug geven om het proces om tot een toekomstbestendig en aantrekkelijk winkelgebied te komen, op gang te brengen. In de beginfase is het behalen van snelle zichtbare resultaten voor alle partijen gewenst; hier gaat een stimulerende werking vanuit voor het aanpakken van het totaalplan.

OVERZICHT WINKELGEBIEDEN

Gemeente	Kern/winkelgebied		Gemeente	Kern/winkelgebied
Achtkarspelen	Buitenpost		Heerenveen	Bedrijventerrein Nijehaske/Businesspark
	Harkema			Heerenveen Centrum
	Kootstertille			Heerenveen De Akkers
	Surhuisterveen			Heerenveen De Greiden
Noardeast-Fryslân	Dokkum			
	Ferwert			Akkrum
	Kollum			Jubbega
	Kollumerzwaag		Ooststellingwerf	Appelscha
Dantumadiel	Damwâld			Haulerwijk
	De Westereen			Oosterwolde
	Feanwâlden		Opsterland	Beetsterzwaag
Tytsjerksteradiel	Burgum			Gorredijk
	Gytsjerk			Ureterp
	Hurdegaryp		Smallingerland	Drachten Centrum
Leeuwarden	Binnenstad			Drachten De Drait
	Bilgaard			Drachten De Wiken
	Cambuurplein			Drachten MLK woonboulevard
	Camminghaburen			Drachten Noorderpoort
	Johannes Kolfplein (Vrijheidswijk)		Weststellingwerf	Noordwolde
	Miro			Wolvega Centrum
	Schrans			Wolvega Homecenter
	Vliet		De Fryske Marren	Balk
	Westeinde			Joure
	Willem Alexanderplein (Nijlân)			Lemmer
	Winkelpark de Centrale			Sint Nicolaasga
	Zevenblad (Aldlân-Oost)		Súdwest-Fryslân	Bolsward
				Heeg
	Grou			Ijlst
	Stiens			Koudum
Harlingen	Harlingen Centrum			Makkum
	Harlingen Kimswerderweg			Sneek
Waadhoeke	Berltsum			Workum
	Dronrijp			Wommels
	Franeke		Terschelling	Midslân/Formerum
	Menaam			Oost
	Sint Annaparochie			West-Terschelling
	Winsum			

HEERENVEEN - NIJEHASKE BPF

TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

TYPERING WINKELGEBIED

Het Business Park Friesland (BPF) ligt in het noordwesten van Heerenveen, in de wijk Nijehaske. Heerenveen is de hoofdkern van de gelijknamige gemeente, en een van de vier grote kernen van de provincie Friesland. De gemeente telt ruim 50.000 inwoners, het inwonertal van de kern Heerenveen ligt op bijna 30.000. Het inwonertal van de gemeente is de afgelopen jaren iets gedaald, maar voor de kern Heerenveen geldt dat niet. Woningbouw vindt vooral plaats in Skoatterwald (ca. 80 woningen per jaar), en verder verspreid over de plaats. Naar verwachting zal het inwonertal van Heerenveen de komende jaren nog licht blijven toenemen. Het aandeel 65+'ers in de kern Heerenveen is met 21,5% iets groter dan het Fries gemiddelde en ruim hoger dan het Nederlands gemiddelde. Er is derhalve sprake van enige vergrijzing in Heerenveen. Het aandeel jongeren (< 25 jaar) is in Heerenveen daarentegen iets kleiner dan het Fries en het Nederlands gemiddelde. Er is dus in beperkte mate ook sprake van ontgroening. De kern Heerenveen ligt geografisch gezien in het zuidelijke deel van de provincie, bij de kruising van de snelwegen A7 en A32. Het BPF heeft een eigen afslag vanaf de A7 (vanuit oostelijke richting). Andere winkelgebieden met grootschalige aanbod in de omgeving liggen in bijvoorbeeld Drachten en Leeuwarden.

In totaal is op het BPF Heerenveen sprake van een winkelaanbod van ruim 26.800 m² wvo, verdeeld over 31 winkelpanden. Het Business Park is een gemengd gebied, met niet uitsluitend grootschalige winkels. Ook autoshowrooms, groothandels en bedrijven zijn in dit gebied gevestigd. De winkels liggen hier verspreid tussen. Aanbieders bevinden zich met name in de branches Wonen, DHZ en Dier & Tuin. Belangrijke trekkers zijn o.a. de bouwmarkten Praxis, Gamma en Karwei; op het gebied van wonen o.a. Beter Bed, Jysk, Swiss Sense, Grando Keukens, Kwantum, Leen Bakker en Lippe Lap; verder is ook Welkoop er te vinden. De bouwmarkten en Welkoop zitten redelijk geclusterd bij elkaar. Ook in de woonbranche liggen de vestigingen in elkaars nabijheid.

Het totale aanbod is qua omvang min of meer vergelijkbaar met het aanbod in Drachten aan de MLK-boulevard. Het BPF heeft een (beperkte) regiofunctie voor met name het zuidelijke deel van de provincie. Leegstand is in beperkte mate aanwezig, vooral frictieleegstand. Het betreft een drietal panden van niet al te grote oppervlakte. Gevolg is wel dat het leegstandspercentage gemeten naar het aantal panden in dit gebied iets hoger ligt, namelijk op 6,1%. De leegstand is hier niet storend aanwezig.

GEBIEDSASPECTEN

Op het Nijehaske BPF van Heerenveen is sprake van een behoorlijke variatie aan grootschalige aanbieders. Het gaat dan vooral om de DHZ- en Wonen-branchen. Op het gebied van bruin- & witgoed zijn er geen grote aanbieders aanwezig; deze zijn in en rondom het centrum gevestigd. Voor fietsenzaken geldt in feite hetzelfde. Gelet op prijssegmenten zijn vooral het midden- en lagere segment sterk vertegenwoordigd.

De bereikbaarheid van Nijehaske BPF is prima; via een directe afslag vanaf de snelweg en de Haskeruitgang als doorgaande route in de plaats zelf is het winkelgebied vanuit alle richtingen snel te bereiken. Wel ligt het enigszins excentrisch in de plaats; nagenoeg alle bezoekers komen met de auto, en de verwijzing naar het BPF is goed verzorgd. De bereikbaarheid met de fiets – ook al zullen weinig bezoekers dit doen – is veel minder. Het gebied nodigt ook door de functiemix niet uit om op de fiets te bezoeken. Een fietspad is alleen langs de Jousierweg aan een zijde van de weg aanwezig. De zichtbaarheid van het Nijehaske BPF als zodanig is goed; vanaf de snelweg zijn diverse panden/winkels te zien. Het gebied is ruim opgezet, waardoor je snel een overzicht hebt op delen van het aanwezige aanbod. Maar omdat de winkels verspreid liggen, is steeds slechts een deel van de winkels zichtbaar. Onduidelijk is dan waar de rest van de winkels te vinden zijn. Mede hierdoor, en door de aanwezigheid van overige bedrijven, is weinig sprake van gezelligheid of sfeer in het gebied. Dit is ook niet waar bezoekers voor komen, maar het oogt nu meer als een bedrijventerrein dan als een grootschalig winkelgebied. Het is zeer functioneel ingericht.

De inrichting van de openbare ruimte is verder zoals je mag verwachten in een dergelijk gebied; het is niet slecht en ook niet opvallend goed. Een horecagelegenheid is op het BPF niet aanwezig. Overige voorzieningen zijn evenmin aanwezig in dit gebied; deze zal een bezoeker hier ook niet verwachten of missen.

Elke winkel heeft in feite z'n eigen parkeervoorzieningen. Bij sommige winkels is sprake van een gezamenlijk parkeerterrein, of langsparkeren. Bij met name de bouwmarkten liggen grote parkeerterreinen voor de deur, of ze lopen in elkaar over. Het aantal parkeerplaatsen is over het algemeen voldoende groot voor de bezoekers. Kwalitatief zijn er verschillen te constateren; zo is o.a. bij Praxis en Gamma sprake van duidelijk gemarkeerde plaatsen met een verschil in kleur stenen, bij andere zijn het geschilderde witte lijnen op (veelal oude) stenen. De plaatsen zijn van voldoende grootte, maar voor grotere auto's/kleine busjes of auto's met aanhangers is relatief weinig ruimte om te manoeuvreren en te parkeren. Fietsklemmen zijn niet of nauwelijks aanwezig.

ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor Heerenveen is aanwezig, maar dateert uit 2011. Het BPF is bestemd voor grootschalige vestigingen in specifieke branches. Waar mogelijk wenst men dit type winkels zoveel mogelijk op het BPF te concentreren, ook vanuit elders in de plaats. Sinds de uitbreiding van de gemeente met onder andere Akkrum is er nog geen harmonisatie van het detailhandelsbeleid geweest. Regionale afstemming met omliggende gemeenten over het detailhandelsbeleid in het algemeen vindt niet plaats. Wel is er sprake van overleg met de provincie over het perifere detailhandelsbeleid.

De Ondernemerskring Heerenveen (OKH) is een vereniging voor de ondernemers buiten het centrum. De kring richt zich vooral op ondernemers op de bedrijventerreinen en de grotere zakelijke dienstverleners in Heerenveen. De ondernemers van de grootschalige winkelpanden kunnen hiervan ook lid worden; dit is echter in beperkte mate het geval. Bij de meeste perifere en grootschalige winkelgebieden is de bereidheid om lid te worden van een ondernemersvereniging laag. In Heerenveen is dat niet anders. De gemeente kent geen echte retail regelingen. Wel heeft Heerenveen ter ondersteuning van de ondernemers al jaren een ondernemersfonds, dat beheerd wordt door de Stichting Heerenveens Ondernemers Fonds (HOF). Het Fonds wordt gevoed door een opslag van de OZB; er zijn 7 trekkingsgebieden benoemd, verdeeld over de hele gemeente. Op basis van het trekkingsrecht kunnen partijen voor maximaal 3 jaar verplichtingen aangaan. Een van de trekkingsgebieden is de OKH, dat ook het BPF Nijehaske vertegenwoordigt.

SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet of mobiel opzoekt wat er aan winkels aanwezig is op het BPF ontdekt deze dat er geen gezamenlijke website aanwezig is. Google herkent het gebied Business Park Friesland West wel, en toont diverse winkels op de kaart. Relatief weinig ondernemingen hebben een goed ingevuld Google Mijn Bedrijf profiel. Hierdoor is het lastig om te zien of winkels al of niet geopend zijn op een bepaald moment. Alleen door de specifieke winkel te zoeken is hierover informatie te vinden. Op de vraag wat er zoal te doen is op het BPF vindt Google geen relevante resultaten. Dit is niet vreemd, omdat dit park ook geen verblijfsgebied is. Maar ook eventuele activiteiten worden hier niet in gezamenlijkheid opgepakt en/of gecommuniceerd.

Een gezamenlijke Facebookpagina of Instagramaccount is niet aanwezig bij de winkels op het Businesspark. Diverse bedrijven zijn individueel wel actief op Facebook. De locatie als zodanig wordt door Instagram niet herkend. Omdat de ondernemers niet allemaal in één locatie bij elkaar zijn gevestigd, zoals wel op de MLK-Boulevard in Drachten of de Centrale in Leeuwarden het geval is, wordt het lastiger om elkaar tussen alle andere niet-winkelbedrijven te vinden. In Heerenveen is dat nog niet gelukt.

SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het grootschalige winkelgebied BPF Nijehaske weergegeven.

STERKTES	ZWAKTES
Gevarieerd aanbod	Gemengd gebied, geen geheel
Nauwelijks leegstand	Online onvindbaar
Goed bereikbaar	Weinig overzicht totale aanbod
KANSEN	BEDREIGINGEN
Samenwerking	Onderscheidend vermogen gering
Benutten Social media	

Het grootschalige winkelaanbod op het BPF is ruim en gevarieerd. Het winkelgebied is verder goed bereikbaar, en er is nauwelijks sprake van leegstand. Binnen Heerenveen is het betreffende grootschalige aanbod grotendeels hier geconcentreerd, maar op het BPF zelf liggen de winkels nogal verspreid. Het BPF is een gemengd gebied met tevens andere functies, waardoor het niet als een geheel direct herkenbaar is. Het is niet overzichtelijk; je moet de weg kennen. Ook online presenteren de winkels zich niet als een geheel; ze zijn op die manier nauwelijks vindbaar. Een verbeterde samenwerking kan ervoor zorgen dat het winkelgebied veel duidelijker onder de aandacht gebracht wordt, waarbij de volle breedte van het aanbod ook zichtbaar is. Voor dit type winkels is het vaak al lastig om zich te onderscheiden van elkaar; maar zeker op het gebied van wonen en woninginrichting liggen hier wel degelijk kansen. In de -zeer nabije - toekomst wordt het steeds belangrijker om duidelijk te laten zien waarin het winkelgebied zich onderscheidt, en waarom een bezoeker ook fysiek naar de winkel toe zou moeten komen. Vanaf de bank is het heel gemakkelijk om producten aan te schaffen. Door het hele pakket duidelijk te communiceren hebben de winkels meerwaarde voor de klant.

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, zoals de groei van het online shoppen, aan te bevelen. De meest recente dateert van 2011; over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen.
- De zichtbaarheid van de afzonderlijke delen van het BPF is niet optimaal; hierin is niet direct veel te veranderen, maar met slimme bebording en goede loop- en fietsroutes kan het wel zoveel mogelijk gefaciliteerd worden.
- Tenslotte is het wenselijk om de online zichtbaarheid van de bedrijven collectief te verbeteren. De breedte van het aanbod kan dan veel beter tot zijn recht komen.

HEERENVEEN - NIJEHASKE BPF							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	31	31	100%				
m2 wvo winkels	26.859	26.859	100%				
Aantal inwoners	29.810	licht stijgend /gelijk/dalend		NL	FR		
Percentage 65+	21,5%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	27,4%	kern Heerenveen		28,4%	28,5%		
Aspect	Score						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels		v	v				
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes			v				
Compactheid winkelgebied		v					
Sfeer en gezelligheid/beleving	v						
Inrichting openbare ruimte		v					
Ondersteuning daghoreca	v						
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				geen			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief		v	v				
Aanbod fietsenstallingen	v						
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig?		v					
Fullservice/discount	0/0						
% dagelijks aanbod	0%						
Trekkers niet-dagelijks	Praxis, Lippe, Karwei, Gamma, Kwantum, Grando, Beter Bed, Jysk						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie			v				
Leegstand	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	1.146	1.146	100%	2,9%	6,8	6,3	
# vkp	3	3	100%	6,1%	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	frictie	langdurig	structureel				
vkp	33%	33%	33%				
m2 wvo	45%	40%	15%				
Overige aspecten	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?		v					
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		OKH				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v	wel ondernemersfonds				
Internet/social media							
Wat bij google: "Shoppen/winkelen in...."	Score 2/5	geen gezamenlijke website, weinig te vinden					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 1/5	geen relevante resultaten					
Facebookpagina aanwezig?	Nee						
Instagram aanwezig?	Nee						
Overzicht branchering							
	dagelijks	mode&luxue	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	0	0	0	24.407	1.306	1.146	26.859
vkp	0	0	0	27	1	3	31
per 1.000 inwoners	0	0	0	819	44	38	901
Aanbod per 1.000 inwoners	dagelijks	mode&luxue	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
INWONERKLASSE							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

Broekhuis Rijs Advisering, oktober 2019

HEERENVEEN - CENTRUM

TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

TYPERING WINKELGEBIED

Heerenveen is de hoofdkern van de gelijknamige gemeente, en een van de vier grote kernen van de provincie Friesland. De gemeente telt ruim 50.000 inwoners, het inwonertal van de kern Heerenveen ligt op bijna 30.000. Het inwonertal van de gemeente is de afgelopen jaren iets gedaald, maar voor de kern Heerenveen geldt dat niet. Woningbouw vindt vooral plaats in Skoatterwald (ca. 80 woningen per jaar), en verder verspreid over de plaats. Skoatterwald is een nieuwbouwwijk aan de oostkant van Heerenveen, oostelijk van de A32. In deze wijk zijn geen winkelvoorzieningen. Naar verwachting zal het inwonertal van Heerenveen de komende jaren nog licht blijven toenemen. Het aandeel 65+'ers in de kern Heerenveen is met 21,5% iets hoger dan het Fries gemiddelde en ruim hoger dan het Nederlands gemiddelde. Er is derhalve sprake van enige vergrijzing in Heerenveen. Het aandeel jongeren (< 25 jaar) is in Heerenveen daarentegen iets kleiner dan het Fries en het Nederlands gemiddelde. Er is dus in beperkte mate ook sprake van ontgroening. De kern Heerenveen ligt geografisch gezien in het zuidelijke deel van de provincie, bij de kruising van de snelwegen A7 en A32. De afstand naar Leeuwarden bedraagt zo'n 30 kilometer. Naar Drachten is het ruim 20 kilometer. Buiten de provincie liggen de stad Groningen en Meppel op een half uur tot drie kwartier rijden.

In totaal is in Heerenveen sprake van een groot winkelaanbod van ruim 92.000 m² wvo, verdeeld over 286 winkelpanden. Een aanzienlijk deel hiervan is te vinden in het centrumgebied. In oppervlakte gerekend is 44% te vinden in het centrum, maar in winkelpanden gerekend 72%. In totaal gaat het om bijna 40.500 m² wvo in het centrum. Het totale aanbod in de kern Heerenveen is de afgelopen jaren iets gedaald; in het centrum is het aanbod vrijwel constant gebleven. Dit betekent dat er in enige mate sprake is van concentratie. Historisch bepaald bevinden de meeste winkels zich aan de Dracht, in het voetgangersgebied. Ook de Sieversstraat kent veel winkels. De supermarkten liggen in of aan de rand van het centrum.

De combinatie van Aldi en Jumbo is sinds enige jaren in nieuwbouw op het Molenplein gevestigd; ook de Action zit hier. Mede door deze sterke concentratie in het zuidelijke deel is de doorgang van hier naar de Dracht ook sterker geworden (autonome ontwikkeling). Belangrijke trekkers in het centrum van Heerenveen zijn o.a. de Hema, H&M en C&A. Ook zijn de nodige zelfstandige ondernemers aanwezig, zoals Intersport De Leeuw, Steenwijk schoenen, Van der Kam en Overdiep. Diverse winkels hebben twee entrees; één aan de Dracht en de ander aan ofwel de Sieversstraat ofwel de Gedempte Molenwijk/Molenplein. Bovendien fungeren veel stegen als verbinding tussen de winkelstraten. Aan de noordkant vormt de Lindegracht min of meer de overgang van het winkelen naar het horeca-gedeelte. Het accent in het centrum ligt sterk op het recreatief winkelen (mode), maar wel in combinatie met het boodschappen doen aan de rand van het centrum, bij de parkeergelegenheid. Heerenveen fungeert sterk als de hoofdkern van de hele gemeente. Het centrum van Heerenveen heeft een regionale verzorgingsfunctie.

Het winkelaanbod van Heerenveen is redelijk fors; dat geldt met name voor het aanbod in de modebranche. De sterke regiofunctie komt hierin ook naar voren. Helaas is ook de leegstand groter dan gemiddeld. Veel van de leegstand is in het centrumgebied te vinden. Gelet op het aantal meters is 41% van de leegstand in het centrumgebied te vinden, maar gelet op het aantal leegstaande panden is dat 89%. Het percentage leegstand bedraagt nu 9,9 in m² wvo en 7,5 in aantal winkelpanden; hiermee liggen deze percentages boven het Nederlands en Fries gemiddelde. De helft van de leegstand betreft frictieleegstand (korter dan een jaar leeg), de rest staat (veel) langer leeg. De meeste lege winkelpanden in het centrum zitten in het noordelijke deel van de Dracht. De sterke ontwikkeling aan de zuidwestkant van het centrum heeft mogelijk de economische kracht in het centrum wat zuidwaarts verschoven.

GEBIEDSASPECTEN

Het centrum van Heerenveen heeft een grote variatie aan winkels, met veel aanbieders in de modische sector. In deze modische sector zijn niet veel grote moderne ketens aanwezig; van de ketenzaken is H&M de bekendste. Wel zijn diverse lokaal en regionaal bekende namen vertegenwoordigd. Deze bevinden zich veelal in het midden- en hogere segment. Behalve modezaken zijn ook in de andere branches voldoende aanbieders voorhanden, waardoor het aanbod voldoende gevarieerd is. Dit geldt zowel in branches als in kwaliteitsniveaus. Zo is sinds enige jaren in het discount segment Action een hele sterke trekker voor een winkelgebied. Door de combinatie met de twee supermarkten is de kracht van het Molenplein aanzienlijk toegenomen. Met name de Romkessteeg wordt hierdoor druk bezocht. De leegstand in het noordelijk deel van de Dracht is storend aanwezig. Hier zitten erg veel lege panden op korte afstand van elkaar. Zowel het Molenplein als het BK-plein zijn belangrijke bronpunten; deze parkeerterreinen zijn niet de enige voor het centrum, maar ze zijn wel groot en toegankelijk. Beide liggen in het zuidelijke deel van het centrum.

De bereikbaarheid van het centrum van Heerenveen is prima; overal staat het centrum duidelijk aangegeven, en het ligt centraal in de plaats. De zichtbaarheid van het centrum als zodanig is goed; van alle kanten rijd je erop af.

Wel zie je veel achterkanten, en weinig fraaie entrees. In het centrum zijn de meeste looproutes helder, maar de stegen blijven lastig qua zichtlijnen en looproute. Er zijn plannen om diverse stegen aan te pakken, maar er is nog geen duidelijkheid over de uitvoering. De uitkomsten van de G1000/G20 (dialog met betrokken inwoners en ondernemers/vastgoedeigenaren over centrum) spelen hierin zeker een rol. De compactheid van het centrum is redelijk. Het winkelgebied loopt van de Lindegracht tot aan het BK-plein en het Molenplein; dit is echter een behoorlijke loopafstand. Bezoekers gaan keuzes maken, waarbij de Lindegracht en vooral het noordelijk deel van de Dracht het lastig hebben.

De sfeer en gezelligheid in het centrum van Heerenveen worden mede bepaald door de inrichting van de openbare ruimte en de aanwezigheid van daghoreca. Het horeca aanbod bevindt zich vooral aan de Vleesmarkt/Oude Koemarkt, maar detailhandel-ondersteunende horeca is overal in het winkelgebied wel aanwezig. Aan het Gemeenteplein en de Wettertoer heeft zich ook een behoorlijke concentratie horeca ontwikkeld. Voor de consument heeft is er in de horeca voldoende keus. De inrichting van de openbare ruimte is rondom het Gemeenteplein relatief nieuw, en ziet er goed uit. Ook de Lindegracht is sfeervol. Met name in de Dracht is veel van de bestrating ongelijk en beschadigd; hier ontbreekt verder enig groen. Ook het BK-plein en de Sieversstraat zien er qua inrichting enigszins gedateerd uit. Het Molenplein is de afgelopen jaren aangepakt, en oogt prima. Zo is het niveau van de inrichting erg verschillend in het centrum, maar de belangrijkste winkelstraat (de Dracht) is matig onderhouden en mist sfeer. Bankjes om even te gaan zitten zijn niet of nauwelijks aanwezig in de winkelstraten. Als toeristische voorziening is onder meer het Museum Heerenveen in het centrum aanwezig; andere voorzieningen als het gemeentehuis, het theater en de bibliotheek liggen eveneens allemaal in of tegen het centrum aan. Dit gegeven is een sterke aanvulling voor de detailhandel. Elke zaterdag wordt de weekmarkt aan de Sieversstraat/Wettertoer gehouden, wat een extra impuls aan het centrum geeft.

Parkeren kan op diverse plekken aan de rand van het centrum, overal op korte afstand van de winkels. Dit kan zowel op maaiveldniveau als in een parkeergarage. De grootste parkeerterreinen op maaiveldniveau liggen op het BK-plein en het Molenplein. Deze liggen aan de zuidzijde van het centrum. Aan de oostzijde liggen een paar kleinere terreinen achter de AH-supermarkt en aan de Minckelersstraat. Deze parkeerlocaties zien er deels nieuw (Molenplein) en deels verouderd uit. Een fraaie grote parkeerlocatie betreft de parkeergarage Geerts Willigenplein. Deze ligt – via een te verbeteren steeg - in het verlengde van de Wettertoer, en ook op korte afstand daarvan. Toch wordt deze locatie veel minder gebruikt. In totaal is sprake van voldoende parkeercapaciteit in het centrum. De route naar parkeerterreinen staat wel aangegeven, maar de beschikbare ruimte wordt niet getoond. De gemeente overweegt dan ook om over te gaan op een veel klantvriendelijker systeem. In het centrum is sprake van betaald parkeren, maar niet alle automaten zijn erg klantvriendelijk uitgerust. Auto's die 100% elektrisch zijn kunnen gratis parkeren. Verder geldt op alle locaties hetzelfde tarief. In 2019 wordt een onderzoek naar fiets parkeren uitgevoerd. Op dit moment staan fietsen op diverse plekken in het centrum gestald. Vooral aan de uiteinden staan veel 'nietjes', maar deze worden niet allemaal volop gebruikt. Dichterbij de winkels is het aanbod relatief beperkt; ze worden wel volop benut.

ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor Heerenveen is aanwezig, maar dateert uit 2011. Ook is op dat moment de Structuurvisie Heerenveen Centrum Breed vastgesteld. Sinds de uitbreiding van de gemeente, met onder andere Akkrum, is er nog geen harmonisatie van het detailhandelsbeleid geweest. Regionale afstemming met omliggende gemeenten over het detailhandelsbeleid vindt niet plaats. De behoefte hieraan is het sterkst in de richting van de gemeente de Fryske Marren met de kern Joure. Wel is er sprake van overleg met de provincie over het detailhandelsbeleid. Voor het centrumgebied van Heerenveen is de gemeente momenteel bezig met een proces om betrokken inwoners en ondernemers te horen over de wensen en beleving in het centrum. Deze processen staan bekend onder de noemer G1000 (burgers) en G20 (centrumondernemers). Hiervoor zijn een aantal bijeenkomsten gehouden. De uitkomsten zijn inmiddels gepresenteerd aan de raad. Die het college nu opdracht gegeven heeft om de haalbaarheid van voorstellen ter verbetering van het centrum in kaart te brengen.

Op basis van de in 2017 vastgestelde parkeervisie zullen nog in 2019 onderdelen uit de visie in uitvoering genomen worden. Hoewel op dit moment nog geen sprake is van echte parkeermontoring, is dit een onderwerp dat mogelijk in de toekomst wel dichterbij gaat komen. Hiervan maakt ook een parkeergeleidingssysteem deel uit; dit gaat als een van de onderdelen in 2019 geëffectueerd worden.

In Heerenveen is een ondernemersvereniging actief voor het centrum, de HOV. Ze zijn o.a. gesprekspartner richting de gemeente. Sinds mei 2017 is voor het centrum van Heerenveen een centrummanager aanwezig; hij is in dienst van de Stichting Centrum Promotie Heerenveen, wat een samenwerkingsverband is van de HOV en Koninklijke Horeca Nederland (KHN). De gemeente kent geen echte Retail regelingen. Wel kent Heerenveen ter ondersteuning van de ondernemers al jaren een ondernemersfonds. De Stichting Heerenveens Ondernemers Fonds (HOF). Het Fonds wordt gevoed door een opslag van de OZB; er zijn 7 trekkingsgebieden benoemd, verdeeld over de hele gemeente. Op basis van het trekkingsrecht kunnen partijen voor maximaal 3 jaar verplichtingen aangaan. Een van de trekkingsgebieden is de HOV/KHN, het centrum vertegenwoordigend. Verder is ook nog sprake van een centrumfonds, dat via reclamebelasting wordt gevoed. De centrummanager wordt deels uit de gelden van beide fondsen bekostigd, en deels door de gemeente.

SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet of mobiel opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in Heerenveen komt hij/zij direct terecht bij de websites winkelsinheerenveen.nl en ngoudenplak.nl; deze staan bij Google dan bovenaan. Ngoudenplak.nl vermeldt praktische informatie over parkeren en algemene openingstijden. Winkelsinheerenveen.nl toont een overzichtelijke lijst van winkels, maar mist foto's en sfeer/beleving. Op de vraag wat er zoal te doen is in Heerenveen krijgt de bezoeker eveneens een prima beeld. Ngoudenplak.nl staat tussen de bovenste zoekresultaten. Deze website bevat een uitgebreide en aantrekkelijk vormgegeven agenda.

Ook informatie over horeca, sport en cultuur is op deze website te vinden. De website Winkelsinheerenveen.nl kan nog worden versterkt door meer foto's en sfeer toe te voegen.

De gezamenlijke Facebookpagina "Winkels Heerenveen" is een voorbeeld van hoe het moet: winkels en winkeliers staan op een sympathieke manier in de spotlights. De verschillende koopzondagen komen naar voren, evenementen helaas niet. Ook is er een gezamenlijk Instagramaccount van de winkeliers. De inhoud hiervan loopt gelijk aan de Facebookpagina. Evenementen zouden tevoren gecommuniceerd kunnen worden op social media, waarbij tijdens de evenementen of achteraf de foto's en/of video's gedeeld worden, zodat nog meer attentiewaarde ontstaat.

SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het centrumgebied van Heerenveen weergegeven.

STERKTES	ZWAKTES
Gevarieerd aanbod	Te veel leegstand
Supermarkten in of aan rand centrum	Noordelijk deel centrum (m.n. Dracht) zwak
Goed bereikbaar, veel parkeren	Geen compact centrum
Online zichtbaarheid	Presentatie en profilering winkels
	Weinig sfeer Dracht
KANSEN	BEDREIGINGEN
Aanwezigheid centrummanager, inzet voor lege panden	Kracht Molenplein i.r.t. rest centrum
Aanpak verbindingen/stegen	

Het winkelaanbod van de kern Heerenveen kan als gevarieerd worden gekwalificeerd. Er zijn meerdere ketenbedrijven aanwezig, maar ook zijn er volop kwalitatief goede zelfstandige ondernemers in het centrum gevestigd.

Ook diverse supermarkten liggen direct in of tegen het centrum aan. De bereikbaarheid van het centrum is prima, en het aantal parkeerplaatsen eveneens. Er is wel sprake van een onevenwichtige verdeling van het aantal parkeerplaatsen. Het zwaartepunt ligt in het zuiden; de parkeergarage van het Geerts Willigenplein in het noorden heeft via een steeg toegang tot het A1 winkelgebied, terwijl de maaiveldlocaties direct bij de winkels liggen. Het winkelgebied is behoorlijk groot, en lijkt aan verandering onderhevig. De presentatie en profilering van de winkels is op meerdere plekken in het centrum maar matig en verdient een kwalitatieve opwaardering; bovendien ontbreken sfeervolle elementen in de winkelstraat van Heerenveen, de Dracht. Door de kracht van het Molenplein zijn de looproutes veranderd, waarbij niet alle delen van het winkelgebied meer aangedaan worden. Een echt grote trekker ontbreekt in het noordelijk deel van het centrum, en de parkeergarage is als bronpunt niet sterk genoeg. Met name in het noordelijk deel van de Dracht is nu veel leegstand aanwezig. Hierin schuilt een bedreiging voor de toekomst. De aanwezige centrummanager kan wellicht in de nabije toekomst een rol gaan vervullen in het al dan niet tijdelijk vullen van de leegstaande panden. Het feit dat Heerenveen uitstekend vindbaar is op internet en social media is een duidelijk sterk punt.

ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele gemeentelijke detailhandelsvisie is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, en de toevoeging van o.a. de kern Akkrum en de groei van het online shoppen, aan te bevelen. De uitkomsten van het G1000- en G20-proces kunnen hier dan in meegenomen worden. De meest recente visie dateert van 2011; over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen.
- Voor Heerenveen is het van belang om de structuur helder te krijgen en houden, waardoor de looproutes en zichtlijnen (en de stegen) versterkt kunnen worden. Door de sterke ontwikkeling van het Molenplein is er meer veranderd dan uitsluitend het toevoegen van winkels. Een meer compact centrum kan beter tegemoet komen aan de wensen van de bezoekers.
- Op dit moment ligt in bepaalde delen van het centrum de leegstand op een te hoog en storend niveau. Wellicht kan op basis van vastgoedregie en mogelijk ook een stimuleringsregeling gezocht worden naar oplossingen. De centrummanager kan hierin mogelijkwerwijs een rol spelen.
- Daarnaast kan de presentatie en profilering van de winkels en de (dag- ondersteunende) horeca verbeterd worden. Het aanreiken van een winkelscan, met adviezen voor zowel de fysieke winkel als de profilering in de social media kan hierbij zeer zinvol zijn.
- Met betrekking tot de inrichting van de openbare ruimte is het gewenst om nog eens goed te kijken naar met name de Dracht. Het onderhoudsniveau ligt te laag, terwijl de sfeer en hierdoor ook de 'beleving' achterblijft. De Dracht kan als poort van het winkelgebied beter herkenbaar en attractiever vormgegeven worden.

HEERENVEEN - CENTRUM							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	286	206	72%				
m2 wvo winkels	92.015	40.481	44%				
Aantal inwoners	29.810	licht stijgend /gelijk/dalend		NL	FR		
Percentage 65+	21,5%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	27,4%	kern Heerenveen		28,4%	28,5%		
Aspect	Score						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels		v	v				
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes		v		veel stegen			
Compactheid winkelgebied		v	v				
Sfeer en gezelligheid/beleving	v	v					
Inrichting openbare ruimte	v						
Ondersteuning daghoreca			v				
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				museum, gemeentehuis, theater, bibliotheek			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief			v				
Aanbod fietsenstallingen		v		verkeerde plekken			
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig kwg?	3		3				
Fullservice/discount	2/1	AH, Jumbo, Aldi					
% dagelijks aanbod	14%						
Trekkers niet-dagelijks	Action, H&M, Hema						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie			v				
	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	13.051	5.415	41%	9,9	6,8	6,3	
# vkp	44	39	89%	7,5	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	frictie	langdurig	structureel				
vkp	56%	21%	23%				
m2 wvo	51%	24%	25%				
Overige aspecten	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2011				
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?	v		in 2019 en 2020 gereed				
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v						
aanwezigheid centrummanager of id.	v						
aanwezigheid retailregelingen?		v	wel ondernemersfonds, centrumfonds				
Internet/social media							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 5/5	beide websites bovenaan, goede informatie					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 5/5	website bovenaan met brede informatie					
Facebookpagina aanwezig?	Ja	Prima voorbeeld					
Instagram aanwezig?	Ja						
Overzicht branchering							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	12.538	17.890	4.925	38.601	5.010	13.051	92.015
vkp	54	78	22	73	15	44	286
per 1.000 inwoners	421	601	165	1.297	168	438	3.090
Aanbod per 1.000 inwoners	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
INWONERKLASSE							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

Broekhuis Rijs Advisering, oktober 2019

HEERENVEEN - DE AKKERS

TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

TYPERING WINKELGEBIED

Heerenveen is de hoofdkern van de gelijknamige gemeente, en een van de vier grote kernen van Friesland. De gemeente telt ruim 50.000 inwoners, het inwonertal van Heerenveen ligt op bijna 30.000. Het inwonertal van de gemeente is de afgelopen jaren iets gedaald, maar voor de kern Heerenveen geldt dat niet. Woningbouw vindt vooral plaats in Skoatterwald (ca. 80 woningen per jaar), en verder verspreid over de plaats. De wijk De Akkers in het zuiden van Heerenveen telt 2.373 inwoners; sinds 2012 is het inwonertal met 100 gedaald. Aangrenzend liggen onder meer de wijken Oranjewoud en Oudeschoot; hier wonen 1.587 resp. 1.565 inwoners. Het aandeel 65+'ers in de wijk de Akkers is met 33,8% heel fors; samen met het centrum wonen hier relatief de oudste mensen van Heerenveen. Het percentage ligt veel hoger dan het gemiddelde van Heerenveen (21,5%) of Nederland (18,9%). Er is derhalve sprake van aanzienlijke vergrijzing in deze wijk. Het aandeel jongeren (< 25 jaar) ligt in de Akkers iets lager dan het Heerenveens en het Nederlands gemiddelde. Er is dus ook sprake van enige ontgroening in de wijk. De Akkers ligt ingesloten tussen de spoorlijn in het westen en de snelweg A32 in het oosten.

In heel Heerenveen is sprake van een groot winkelaanbod van ruim 92.000 m² wvo, verdeeld over 286 winkelpanden. Een gering deel hiervan is te vinden in het buurt- of wijkcentrum de Akkers. In totaal gaat het om 1.343 m² wvo, verdeeld over 5 winkels. Het is een kleine winkelstrip, die Lidl als belangrijkste trekker heeft. Deze supermarkt is onlangs vernieuwd, en in oppervlakte geoptimaliseerd. In de winkelstrip zijn verder onder meer een slagerij, een viswinkel en een woninginrichtingszaak gevestigd. Aanvullend zijn er een snackbar en kapsalon aanwezig. Voor de winkels ligt een parkeerterrein, terwijl aan de overzijde van de straat in een tweetal kiosken nog een fietsservice en pizzeria gevestigd zijn. Wijkcentrum de Akkers zelf heeft een buurt- of wijkfunctie; de supermarkt van Lidl heeft evenwel een bovenwijkse functie waar ook de overige winkels van profiteren. Alle winkelpanden zijn gevuld; er is geen sprake van leegstand.

GEBIEDSASPECTEN

Het aanbod in de Akkers is uiterst beperkt. Het draait vooral om de supermarkt, maar in de dagelijkse sector zijn ook een slager en viswinkel aanwezig. Dit is opvallend; veelal zijn er aanvullend bij een supermarkt juist een bakker en een drogist te vinden. Het is in dit geval wel duidelijk een aanvulling op het aanbod van de supermarkt. Hoewel Lidl de afgelopen jaren veel meer in het assortiment heeft opgenomen dan een echte discounter meestal doet, blijft het pakket geringer dan dat van een fullservice supermarkt.

De bereikbaarheid van de Akkers is redelijk. Het winkelcentrum ligt niet aan de doorgaande route, maar wel aan een van de invalswegen de wijk in. Met name de supermarkt van Lidl staat duidelijk aangegeven. De zichtbaarheid van de Akkers is goed; alle winkels zijn in een oogopslag te overzien. De compactheid is derhalve prima.

De sfeer en gezelligheid is beperkt, maar in een functioneel en doelgericht winkelcentrum als de Akkers is dit niet het meest belangrijke aspect. Niettemin zorgen de snackbar en de woninginrichtingswinkel voor zoveel mogelijk aankleding. Veel meer verwacht de bezoeker waarschijnlijk ook niet. De bebording en logo's zien er netjes uit. Vlakbij de winkels is een school aanwezig, en iets verder aan de invalsroute ook een MFC en een gezondheidscentrum. De belangrijkste functies voor de wijk zijn derhalve geconcentreerd bij elkaar aanwezig.

Het parkeren ziet er netjes uit en is duidelijk aangegeven. Er is sprake van een verplichte rijroute om problemen te voorkomen. De plaatsen zelf zijn tamelijk krap. Bij de supermarkt zijn volop fietsenklemmen aanwezig.

ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor Heerenveen is aanwezig, maar deze dateert uit 2011. Actueel beleid is niet aanwezig voor Heerenveen of de Akkers. Regionale afstemming met omliggende gemeenten over het detailhandelsbeleid vindt niet plaats. Wel is er sprake van overleg met de provincie over het detailhandelsbeleid in het algemeen. Op basis van de in 2017 vastgestelde parkeervisie zullen nog in 2019 onderdelen uit de visie in uitvoering genomen worden; dit betreft met name het centrumgebied.

Specifiek in de Akkers is geen ondernemers- of winkeliersvereniging actief. De HOV (Heerenveense Ondernemers Vereniging) vervult een functie voor alle ondernemers van de kern Heerenveen; hier kunnen ondernemers van de Akkers in principe ook lid van worden. Heerenveen kent geen specifieke regelingen voor de detailhandel, maar heeft wel al jaren een ondernemersfonds, dat beheerd wordt door de Stichting Heerenveens Ondernemers Fonds (HOF). Het Fonds wordt gevoed door een opslag van de OZB; er zijn 7 trekkingsgebieden benoemd, verdeeld over de hele gemeente. Op basis van het trekkingsrecht kunnen partijen voor maximaal 3 jaar verplichtingen aangaan. Een van de trekkingsgebieden is de Ondernemers Kring Heerenveen (OKH, overig Heerenveen), via welke ook de Akkers vertegenwoordigd is.

SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet of mobiel opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in de Akkers, dan zal deze niets vinden. Google kent geen winkelcentrum "De Akkers" of "Akkerplein. De enige resultaten hebben betrekking op oude nieuwsberichten over sloop en verplaatsing. Winkelcentrum "Akkerhof" in Spijkenisse komt wel steeds naar boven. Ten aanzien van activiteiten is er geen website, waarop een kalender of agenda van activiteiten in de Akkers wordt getoond. De website van de buurtvereniging meldt alleen een lijst met koffieochtenden in 2018.

Een gezamenlijke Facebook- of Instagrampagina is niet aanwezig.

SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor wijkcentrum de Akkers weergegeven.

STERKTES	ZWAKTES
Grote supermarkt	Geen volledig dagelijks aanbod
Lidl trekt bezoekers van buiten wijk	Wijk van geringe omvang
Combinatie met andere voorzieningen	
Geen leegstand	
KANSEN	BEDREIGINGEN
Samenwerking ondernemers	Beperkt draagvlak, sterke vergrijzing
	Groei online aankopen

Het winkelaanbod in de Akkers is beperkt, en draait vooral op de aanwezigheid van de onlangs uitgebreide Lidl-supermarkt. Dit is geen fullservice-supermarkt, maar biedt op de huidige 1.200 m² wel veel assortiment. Bovendien blijkt de trekkracht van een Lidl groot te zijn. Het is de enige Lidl in Heerenveen. In de omgeving van de winkelstrip zijn ook nog andere voorzieningen aanwezig, zoals een school en een MFC, wat het eenvoudig maakt om verschillende activiteiten te combineren.

In de winkelstrip zijn ook nog andere aanbieders gevestigd; leegstand is niet aanwezig. Door samen te werken, wellicht door middel van een website, zijn de winkels veel beter vindbaar. Bezoekers van een Lidl komen vaak uit een groter gebied dan alleen de eigen wijk. Het beperkte draagvlak en de sterke vergrijzing van de wijk vormen voor de toekomst wel een bedreiging; niet zozeer voor de supermarkt als wel voor de overige winkels.

ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele gemeentelijke detailhandelsvisie is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, en de toevoeging van o.a. Akkrum en de groei van het online shoppen, aan te bevelen. De meest recente visie dateert van 2011; over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen.
- De online zichtbaarheid en vindbaarheid kan sterk verbeterd worden met een goede collectieve website, waarop alle winkels en activiteiten vermeld worden. Er is op het gebied van internet of social media helemaal niets te vinden. Dit is een aspect dat de komende jaren steeds belangrijker wordt, ook voor wijkcentra.
- Over het algemeen neemt een discounter als Lidl niet een voortouw bij samenwerking met andere ondernemers. Niettemin is het belangrijk dat het totale aanbod duidelijker naar voren komt. Het draagvlak in de wijk zelf is gering, en daarmee is de kwetsbaarheid van het winkelgebied duidelijk aanwezig. Samen zijn de ondernemers sterker dan ieder voor zich.

HEERENVEEN - DE AKKERS							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	5	5	100%				
m2 wvo winkels	1.343	1.343	100%				
Aantal inwoners	2.373	stijgend/gelijk/dalend		NL	FR		
Percentage 65+	33,8%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	24,3%	de Akkers		28,4%	28,5%		
Aspect	Score						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels		v					
Bereikbaarheid		v					
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes			v				
Compactheid winkelgebied			v				
Sfeer en gezelligheid/beleving		v					
Inrichting openbare ruimte		v	v				
Ondersteuning daghoreca		v					
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				school, MFC, gezondheidscentrum			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief		v					
Aanbod fietsenstallingen			v				
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig?	1		1				
Fullservice/discount	0/1		Lidl				
% dagelijks aanbod	94%						
Trekkers niet-dagelijks	geen						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie	v						
Leegstand	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	0	0	0%	0	6,8	6,3	
# vkp	0	0	0%	0	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	frictie	langdurig	structureel				
vkp	0%	0%	0%				
m2 wvo	0%	0%	0%				
Overige aspecten	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2011				
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?		v	HOV voor alle ondernemers Heerenveen, OKH voor fonds				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v	wel ondernemersfonds				
Internet/social media							
Wat bij google: "Shoppen/winkelen in...."	Score 1/5	Geen herkenning bij Google					
Wat bij google: "Wat te doen in....."	Score 1/5	Geen websites aanwezig					
Facebookpagina aanwezig?	Nee						
Instagram aanwezig?	Nee						
Overzicht branchering							
	dagelijks	mode&luke	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	1.263	0	0	80	0	0	1.343
vkp	3	0	0	2	0	0	5
per 1.000 inwoners	532	0	0	34	0	0	566
Aanbod per 1.000 inwoners	dagelijks	mode&luke	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
INWONERKLASSE							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

HEERENVEEN - DE GREIDEN

TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

TYPERING WINKELGEBIED

Heerenveen is de hoofdkern van de gelijknamige gemeente, en een van de vier grote kernen van Friesland. De gemeente telt ruim 50.000 inwoners, het inwonertal van Heerenveen ligt op bijna 30.000. Het inwonertal van de gemeente is de afgelopen jaren iets gedaald, maar voor de kern Heerenveen geldt dat niet. Woningbouw vindt vooral plaats in Skoatterwald (ca. 80 woningen per jaar), en verder verspreid over de plaats. De wijk De Greiden in het westen van Heerenveen telt 7.146 inwoners; sinds 2012 is het inwonertal met 400 gedaald (bron: BRP gemeente Heerenveen). Hiermee is het de grootste wijk, maar ook de wijk met de sterkste daling qua inwonertal. Het aandeel 65+'ers in de wijk de Greiden ligt met 20,8% iets onder het gemiddelde van Heerenveen, maar is gelijk aan het Fries gemiddelde. Veel vergrijzing is er dus niet. Het aandeel jongeren (< 25 jaar) ligt in de Greiden daarentegen iets hoger dan het Heerenveens en het Nederlands gemiddelde. In feite is de Greiden een hele gemiddelde wijk qua leeftijdsopbouw. De Greiden ligt westelijk van de spoorlijn die dwars door Heerenveen loopt. Ook de wijken de Heide en Nijehaske liggen westelijk van de spoorlijn; deze wijken hebben geen eigen voorzieningen. Winkelcentrum de Greiden vervult dan ook een belangrijke functie voor de drie wijken ten westen van de spoorlijn.

In heel Heerenveen is sprake van een groot winkelaanbod van ruim 92.000 m² wvo, verdeeld over 286 winkelpanden. Een deel hiervan is te vinden in het wijkcentrum de Greiden. In totaal gaat het om 3.715 m² wvo, verdeeld over 7 winkels. Het is een recentelijk vernieuwd winkelgebied, met name door de vergrotingen en aanpassingen bij de supermarkten. Dit betreft een Jumbo en een Poiesz van moderne afmetingen. De toegang tot de Jumbo is ook meteen de toegang tot onder meer de DA-drogist. De entree van Poiesz ligt apart. Aan de voorzijde ligt het parkeerterrein. Aan de andere kant van het parkeerterrein is een wijkcentrum gevestigd, alsmede een kringloopwinkel. Er is geen sprake van leegstand.

GEBIEDSASPECTEN

De supermarkten in winkelcentrum de Greiden zijn sterk en vernieuwd en vormen de belangrijkste aanbieders in het winkelcentrum. Het aanvullende aanbod is beperkt. Dit bestaat uit een DA-drogist en een ijswinkel. Aan de andere kant is nog een kringloopwinkel gevestigd. De variatie van het aanbod is dan ook maar matig, maar de kwaliteit van de aanwezige winkels in het centrum zelf is goed. Gezien de omvang van het verzorgingsgebied zou wellicht een groter aanbod verwacht worden, maar de afstand tot het centrum van Heerenveen, waar een compleet aanbod aanwezig is, is gering.

De bereikbaarheid van de Greiden is prima te noemen. Het winkelcentrum ligt aan de Oude Veenscheiding, de toegangsweg de wijk in. Ook vanuit de andere wijken is de bereikbaarheid goed. De zichtbaarheid van de Greiden is ook prima; vanaf de genoemde weg zijn de winkels goed te zien. De supermarkten gebruiken zelf ook aanduidingen naar het winkelcentrum. De compactheid van het winkelcentrum is optimaal.

De Greiden is een functioneel winkelcentrum. Snel boodschappen doen en weer naar huis. De sfeer en gezelligheid in een dergelijk centrum staan niet bovenaan het verlanglijstje van een bezoeker. De sfeer wordt vooral gemaakt door het 'pleintje' voor de entree van de Poiesz met de aanwezigheid van het terras van de ijswinkel. De inrichting van de openbare ruimte ter hoogte van het winkelcentrum met veel groen en plantenvakken ziet er goed uit. De kiosken van de visboer en de Vietnamese loempiaverkoop contrasteren wel behoorlijk met de overige winkels wat uitstraling betreft.

Het parkeren is bij de uitbreiding van de supermarkten deels nieuw ingericht. Niettemin is de situatie nog niet optimaal; er zitten doodlopende stukken in, terwijl het op piekmomenten nog erg druk is. Wel is de situatie duidelijk verbeterd, zeker ook voor het laden & lossen. Fietsenklemmen zijn volop aanwezig en zien er kwalitatief ook prima uit.

ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor Heerenveen is aanwezig, maar dateert uit 2011. Actueel beleid is niet aanwezig voor Heerenveen of de Greiden. Regionale afstemming met omliggende gemeenten over het detailhandelsbeleid vindt niet plaats. Wel is er sprake van overleg met de provincie over het detailhandelsbeleid in het algemeen. Op basis van de in 2017 vastgestelde parkeervisie zullen nog in 2019 onderdelen uit de visie in uitvoering genomen worden; dit betreft met name het centrumgebied, maar de veiligheid voor o.a. fietsers en voetgangers speelt in de hele gemeente een rol.

Specifiek in de Greiden is geen ondernemers- of winkeliersvereniging actief. De HOV (Heerenveense Ondernemers Vereniging) vervult een functie voor alle ondernemers van de kern Heerenveen; hier kunnen ondernemers van de Greiden in principe ook lid van worden. Heerenveen kent geen specifieke regelingen voor de detailhandel, maar heeft wel al jaren een ondernemersfonds, dat beheerd wordt door de Stichting Heerenveens Ondernemers Fonds (HOF).

Het Fonds wordt gevoed door een opslag van de OZB; er zijn 7 trekkingsgebieden benoemd, verdeeld over de hele gemeente. Op basis van het trekkingsrecht kunnen partijen voor maximaal 3 jaar verplichtingen aangaan. Een van de trekkingsgebieden is de Ondernemers Kring Heerenveen (OKH, overig Heerenveen), via welke ook de Greiden vertegenwoordigd is.

SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet of mobiel opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in de Greiden zal hij/zij weinig vinden. Er is geen gezamenlijke website aanwezig, maar wel een Google Mijn Bedrijf-profiel. Dit profiel wordt nog door niemand beheerd. Google vindt vooral nieuwsberichten over de recente verbouwing, gevolgd door enkele individuele winkels. Ten aanzien van activiteiten vindt Google de speeltuinvereniging en de cafetaria, gevolgd door een informatiepagina over de wijk van de gemeente. Een activiteitenagenda is niet beschikbaar.

Er is een onofficiële Facebookpagina van Winkelcentrum de Greiden aanwezig, maar hierop is nagenoeg niemand actief. Een pagina Buitengewoon de Greiden functioneert als bewonersplatform. Een gezamenlijk Instagramaccount ontbreekt.

SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor wijkcentrum de Greiden weergegeven.

STERKTES	ZWAKTES
Vernieuwde moderne supermarkten	Nauwelijks overig dagelijks aanbod
Geen leegstand	Parkeren kwalitatief
Groot verzorgingsgebied	
KANSEN	BEDREIGINGEN
Online zichtbaarheid ondernemers	Nabijheid centrum Heerenveen voor niet-supermarkten

Het supermarktaanbod in de Greiden is prima. Het gaat om twee fullservice supermarkten, maar wel met een duidelijk verschillende signatuur. De wijken rondom het winkelcentrum tellen veel inwoners, zodat het centrum ook een sterke positie binnen Heerenveen kan blijven innemen. In feite vervult het winkelgebied een verzorgingsfunctie voor het hele westelijke deel van Heerenveen. De afstand tot het hoofdcentrum is gering; mede hierdoor is aanvullend het aanbod uiterst beperkt.

Het aantal parkeerplaatsen is over het algemeen voldoende, maar op piekmomenten zal het druk zijn. De routing is vlakbij de entree van de supermarkten niet optimaal. Bovendien is de afstand van een groot deel van het parkeerterrein naar met name de Poiesz aanzienlijk. De winkels zijn op dit moment in feite niet zichtbaar of vindbaar op internet of social media. Het Mijn Bedrijfprofiel zou men actief kunnen gaan beheren, en ook de onofficiële Facebookpagina zou men moeten claimen. Dan kunnen in ieder geval de winkels zichzelf laten zien.

ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele gemeentelijke detailhandelsvisie is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, en de toevoeging van o.a. Akkrum en de groei van het online shoppen, aan te bevelen. De meest recente visie dateert van 2011; over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen.
- De parkeersituatie is recentelijk reeds wat verbeterd. Het is gewenst om met parkeermonitoring goed in de gaten te houden hoe het parkeergedrag en de parkeerdruk zich ontwikkelt.
- De online zichtbaarheid en vindbaarheid kan sterk verbeterd worden met een goede collectieve website, waarop alle winkels en activiteiten vermeld worden. Dit is een aspect dat de komende jaren steeds belangrijker wordt. Tevens kan de onofficiële Facebookpagina geclaimd worden, zodat de winkels ook op social media te vinden zijn.

HEERENVEEN - DE GREIDEN						
	totaal	centraal	% centraal			
Aantal winkels	7	7	100%			
m2 wvo winkels	3.715	3.715	100%			
Aantal inwoners	7.146	stijgend/gelijk/ <i>dalend</i>		NL	FR	
Percentage 65+	20,8%			18,8%	20,8%	
Percentage <25 jaar	28,9%	de Greiden		28,4%	28,5%	
Aspect	Score					
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking		
Kwaliteit en variatie winkels	v		v			
Bereikbaarheid			v			
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes			v			
Compactheid winkelgebied			v			
Sfeer en gezelligheid/beleving		v	v			
Inrichting openbare ruimte	v		v			
Ondersteuning daghoreca		v				
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				wijkcentrum, apotheek		
Parkeergelegenheid kwantitatief		v	v			
Parkeergelegenheid kwalitatief	v	v				
Aanbod fietsenstallingen			v			
	ja	nee	aantal centrum			
Supermarkt aanwezig?	2		2			
Fullservice/discount	2/0		Jumbo, Poiesz			
% dagelijks aanbod	78%					
Trekkers niet-dagelijks	geen					
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal		
Verzorgingsfunctie	bovenwijks					
Leegstand	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %
m2 wvo	0	0	0%	0	6,8	6,3
# vkp	0	0	0%	0	6,6	5,6
aandeel kernwinkelgebied	frictie	langdurig	structureel			
vkp	0%	0%	0%			
m2 wvo	0%	0%	0%			
Overige aspecten	ja	nee				
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2011			
regionale afstemming?		v				
parkeermonitoring?		v				
aanwezigheid ondernemersvereniging?		v	HOV voor alle ondernemers Heerenveen, OKH voor fonds			
aanwezigheid centrummanager of id.		v				
aanwezigheid retailregelingen?		v	wel ondernemersfonds			
Internet/social media						
Wat bij google: "Shopper/winkelen in....."	Score 2/5	Geen gezamenlijke website				
Wat bij google: "Wat te doen in....."	Score 1/5	Niet te vinden over winkelcentrum				
Facebookpagina aanwezig?	Nee					
Instagram aanwezig?	Nee					
Overzicht branchering						
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand
m2 wvo	2.914	0	0	0	801	0
vkp	6	0	0	0	1	0
per 1.000 inwoners	408	0	0	0	112	0
Aanbod per 1.000 inwoners	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand
INWONERKLASSE						
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129

AKKRUM

TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

TYPERING WINKELGEBIED

Akkrum is een plaats in het midden van Friesland. Hoewel het watertoerisme wellicht niet zo'n grote rol van betekenis speelt als in enkele andere plaatsen, is deze in Akkrum wel van belang. Akkrum ligt aan de vaarroute van andere bekende watersportplaatsen als Grou en Terherne. Sinds de opheffing van de gemeente Boarnsterhim maakt Akkrum deel uit van de gemeente Heerenveen. De gemeente telt ruim 50.000 inwoners, het inwonertal van Akkrum ligt op 3.364. Het inwonertal van het dorp is de afgelopen jaren iets gedaald; de komende jaren zal het inwonertal waarschijnlijk licht blijven dalen. Het aandeel 65+'ers in het dorp ligt met 24,4% boven het gemiddelde van de gemeente en van Nederland. Er is sprake van enige vergrijzing in het dorp. Het aandeel jongeren (< 25 jaar) ligt iets lager dan het Heerenveens en het Nederlands gemiddelde. Akkrum ligt aan de snelweg van Heerenveen naar Leeuwarden. Deze grotere plaatsen liggen op 15 respectievelijk 20 kilometer afstand. Aan de andere kant van de snelweg ligt het dorp Nes met ruim 1.000 inwoners. Dit dorp is voor de dagelijkse voorzieningen aangewezen op Akkrum. Behalve de snelweg loopt ook de spoorlijn tussen beide dorpen door.

Het winkelaanbod in Akkrum is in totaal bijna 4.000 m² vwo groot, verdeeld over 27 winkels. Het merendeel hiervan is in het centrum van Akkrum te vinden. De winkels van Akkrum liggen aan één weg, die centraal door het dorp loopt (Kleef, Buorren, Heechein/ Tsjerkebleek). Binnen het totale aanbod is het dagelijks aanbod sterk vertegenwoordigd, met onder meer de supermarkt van Poiesz. Verder zijn er opvallend veel modezaken te vinden in Akkrum. De Poiesz heeft een entree aan de kant van de Kleef, maar ook aan de achterzijde, waar het parkeerterrein ligt. Ketenbedrijven zijn nauwelijks aanwezig; alleen de Hubo en de DA zijn ketenbedrijven. In Akkrum is momenteel geen sprake van leegstand.

GEBIEDSASPECTEN

De supermarkt in het dorp is de drager van de voorzieningenstructuur en daarmee heel belangrijk. In Akkrum is de Poiesz echter beperkt qua grootte: amper 1.000 m² wvo. Op den duur zal dit aan de krappe kant zijn om het volledige assortiment te kunnen bieden. Poiesz werkt dan ook aan vergrotingsplannen. In de dagelijkse sector is aanvullend sprake van een compleet aanbod; een bakker, slager, kaashuis en drogist zijn aanwezig. Verder is in het niet-dagelijkse segment het aanbod nog verrassend groot. Opvallend veel modezaken zitten met name aan het Heechein, maar hier zitten ook een Hubo, een fietsenzaak, een boekhandel en een meubelwinkel. Rondom de kerk en het Heechein wordt gewerkt aan plannen voor een herinrichting, waarbij de sfeer van de straat en het plein versterkt wordt.

De bereikbaarheid van het dorp en de winkels is prima te noemen. Vrijwel alle winkels zijn aan de doorgaande route gevestigd. Het parkeren staat ook overal goed aangegeven. De compactheid van het aanbod is niet optimaal. In het deel van Poiesz tot het Heechein is deze prima, maar de overige winkels zitten op iets grotere afstand, en liggen ook buiten het zicht. Mede doordat de weg kromt zijn de modezaken nauwelijks te zien. Dat geldt ook voor de fietsenzaak en de woonwinkel.

Beleving is in Akkrum duidelijk wel aanwezig. Het water draagt daar zeker aan bij, hoewel het niet dominant aanwezig is. De vele en gevarieerde horecagelegenheden hebben veelal wel een terras aan de waterkant. De smalle wegen en het groen bij de kerk geven Akkrum een gezellige sfeer. De inrichting van de openbare ruimte is goed verzorgd; alles ziet er netjes uit. Langs de Buorren staan paaltjes zodat wandelaars veilig langs de winkels kunnen lopen. Veel ruimte voor verdere aankleding is er niet, op een enkele bloembak na.

De parkeerplaatsen staan goed aangegeven in het dorp. Bij de supermarkt is het grootste parkeerplein, maar ook bij de kerk is een aanzienlijke ruimte beschikbaar. Kwalitatief scoort deze ruimte minder; bij de herinrichtingsplannen wordt dit gebied opnieuw bekeken. Verder zijn nog enkele kleinere plekken beschikbaar. Vooral bij de supermarkt zijn ook fietsenklemmen aanwezig.

ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor de hele gemeente, inclusief Akkrum, is niet aanwezig. Regionale afstemming met omliggende gemeenten over het detailhandelsbeleid vindt niet plaats. Wel is er sprake van overleg van de gemeente met de provincie over het detailhandelsbeleid in het algemeen.

De VOAN (Verenigde Ondernemers Akkrum-Nes) is een actieve club voor de hele plaats, met 130 leden. Ook zzp'ers zijn hier lid van. De vereniging is een gesprekspartner naar de gemeente toe, en werkt aan ideevorming voor een visie op Akkrum. De centrumondernemers zijn samen ook in gesprek gegaan over het centrumgebied, onder de noemer Beleving Centrum Akkrum. De gemeente kent geen echte retail-regelingen. Wel kent Heerenveen ter ondersteuning van de ondernemers een ondernemersfonds, dat beheerd wordt door de Stichting Heerenveens Ondernemers Fonds (HOF).

Het Fonds wordt gevoed door een opslag van de OZB; er zijn 7 trekkingsgebieden benoemd, verdeeld over de hele gemeente. Op basis van het trekkingsrecht kunnen partijen voor maximaal 3 jaar verplichtingen aangaan. Een van de trekkingsgebieden betreft de VOAN. Ze zijn hierin zeer actief. Verder kent de gemeente een Fonds Vitale Kernen (2017); dit moet evenwel nog gevuld worden.

SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet of mobiel opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in Akkrum wordt de gezamenlijke website Akkrum.net goed gevonden door Google. De pagina bevat links naar de websites van de aanwezige winkels. Gegevens van de winkels staan niet op de gezamenlijke website. Wel staat ook de horeca hier apart vermeld. Om te zien wat er te doen is in Akkrum vindt Google als eerste verzamelsites als TripAdvisor en Dagjeweg.nl. TripAdvisor toont vooral bezienswaardigheden buiten Akkrum. De gezamenlijke website heeft een aantrekkelijke agenda en bevat links naar de nodige toeristische attracties. Maar deze staat nu lager in de gevonden sites.

Er is een gezamenlijke Facebookpagina voor Akkrum. De tijdlijn bevat voornamelijk links naar de eigen website, waardoor er op Facebook relatief weinig reacties staan. Winkels worden ook weinig in beeld gebracht. Een gezamenlijk Instagramaccount ontbreekt. Meerdere lokale winkels zijn wel individueel actief op Instagram.

SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor Akkrum weergegeven.

STERKTES	ZWAKTES
Supermarkt (van redelijke omvang)	Weinig overzicht over alle winkels
Geen leegstand	Online te weinig zichtbaar
Relatief groot aanvullend aanbod	
Grotere afstand tot grotere kernen	
KANSEN	BEDREIGINGEN
Online zichtbaarheid ondernemers	Vergrijzing, minder draagvlak
Toerisme	Groei online aankopen

Voor een plaats met de omvang van Akkrum is de aanwezigheid van een goede supermarkt met voldoende parkeerplaatsen erg belangrijk. De supermarkt is met nog geen 1.000 m² wvo naar de huidige maatstaven aan de kleine kant; op den duur kan het lastig worden om nog voldoende tegemoet te komen aan de wensen van de klant. Voor een verdere versterking werkt Poiesz aan planontwikkeling. Overigens is het aanbod aan winkels verrassend groot en kwalitatief goed. Dit mag wel wat meer uitdragen worden, ook op internet en social media. Hier liggen absoluut kansen om de zichtbaarheid verder te vergroten. Winkels en bezienswaardigheden kunnen veel beter in beeld gebracht worden. Dit is des te belangrijker omdat niet alle winkels direct (fysiek) goed zichtbaar zijn in het dorp. Onbekenden (toeristen!) kunnen diverse winkels dan niet ontdekken. Bovendien zal het online winkelen de komende jaren blijven groeien, en neemt het draagvlak ook door een daling van het aantal inwoners enigszins af.

ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, zoals de groei van het online shoppen, aan te bevelen. Over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen.
- Voor Akkrum is het van belang om voorbereid te zijn op wat er in de toekomst staat te gebeuren met de winkels. Inzage in de gemiddelde leeftijd van ondernemers (opvolging), uitbreidingswensen, verplaatsingswensen ed. zijn van belang om te kunnen beoordelen of de compactheid van het winkelgebied overeind blijft of – sterker nog - versterkt kan worden. Om het straatbeeld zo aantrekkelijk mogelijk te houden is een compact centrum nodig. De winkels hebben elkaar nodig; in elkaars nabijheid kunnen ze elkaar versterken.
- De zichtbaarheid van de afzonderlijke delen in het centrum is niet optimaal; hierin is niet direct veel te veranderen, maar met verwijzing en goede looproutes kan het wel zoveel mogelijk gefaciliteerd worden. Om deze reden blijft het ook belangrijk om de winkels bij elkaar te concentreren in het hart van de plaats.
- Momenteel is de Poiesz aan de kleine kant en zijn ze bezig met planvorming voor vergroting. Een supermarkt van moderne afmetingen is belangrijk voor de toekomst van het dorp.
- Het uitwerken van een sterk DNA-profiel voor Akkrum kan de basis vormen voor mogelijke interessante samenwerkingsmodules tussen ondernemers. Met de juiste marketing kan het volledige aanbod ook veel duidelijker gepromoot worden.
- Tenslotte kan de online zichtbaarheid en vindbaarheid verhoogd worden door winkels/ondernemers en de bezienswaardigheden een eigen pagina te geven op de website Akkrum.nl; dit verbetert de positie in de zoekmachine. Ook op social media kunnen winkels vaker getoond worden. Dit is een aspect dat de komende jaren steeds belangrijker wordt. In het geval van Akkrum liggen hier nog kansen ter verbetering.

AKKRUM							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	27	23	85%				
m2 wvo winkels	3.978	3.562	90%				
Aantal inwoners	3.364	stijgend/gelijk/ dalend		NL	FR		
Percentage 65+	24,4%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	27,0%	Akkrum		28,4%	28,5%		
Aspect	Score						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels			v				
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes		v					
Compactheid winkelgebied	v	v					
Sfeer en gezelligheid/beleving			v				
Inrichting openbare ruimte			v				
Ondersteuning daghoreca			v				
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				water			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief			v	goed aangegeven			
Aanbod fietsenstallingen			v				
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig?	1		1				
Fullservice/discount	1/0		Poiesz				
% dagelijks aanbod	33%						
Trekkers niet-dagelijks	Hubo						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie		v					
Leegstand	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	0	0	0%	0	6,8	6,3	
# vkp	0	0	0%	0	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	frictie	langdurig	structureel				
vkp	0%	0%	0%				
m2 wvo	0%	0%	0%				
Overige aspecten	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?		v					
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		VOAN				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v	wel Ondernemersfonds, Fonds Vitale Kernen				
Internet/social media							
Wat bij google: "Shoppen/winkelen in...."	Score 3/5	eigen website goed gevonden, niet veel informatie					
Wat bij google: "Wat te doen in....."	Score 3/5	eigen website te laag in de lijst					
Facebookpagina aanwezig?	Ja						
Instagram aanwezig?	Nee						
Overzicht branchering							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	1.321	771	84	1.481	321	0	3.978
vkp	7	8	1	9	2	0	27
per 1.000 inwoners	389	227	25	436	95	0	1.172
Aanbod per 1.000 inwoners	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
INWONERKLASSE							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

Broekhuis Rijs Advisering, oktober 2019

JUBBEGA

TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

TYPERING WINKELGEBIED

Jubbega is een plaats in het oostelijke deel van de gemeente Heerenveen. De plaats ligt op korte afstand van Gorredijk (gemeente Opsterland). De gemeente Heerenveen telt ruim 50.000 inwoners, het inwonertal van Jubbega ligt op 3.258. Het inwonertal van het dorp is de afgelopen jaren iets gedaald; de komende jaren zal het inwonertal waarschijnlijk licht blijven dalen. Het aandeel 65+'ers in het dorp ligt met 20,6% boven het gemiddelde van Nederland, maar ongeveer op het Fries gemiddelde. De vergrijzing in het dorp is derhalve niet heel sterk aanwezig. Het aandeel jongeren (< 25 jaar) is iets kleiner dan het Fries en het Nederlands gemiddelde. Wat bevolkingsopbouw betreft is Jubbega een gemiddeld dorp. Jubbega ligt op aanzienlijke afstand van Heerenveen; de afstand bedraagt zo'n 20 kilometer. De afstand tot Drachten is vergelijkbaar. Naar het iets grotere Gorredijk (een plaats met veel voorzieningen) is de afstand slechts 6 kilometer. Jubbega ligt niet aan een doorgaande N-weg.

Het winkelaanbod in Jubbega is in totaal ruim 7.500 m² wvo groot, verdeeld over 19 winkels. Het merendeel hiervan is in het centrum van Jubbega te vinden; 63% van de winkels en 68% van de winkelmeters. In totaal gaat het om ruim 5.000 m² in het centrumgebied. De winkels van Jubbega liggen oorspronkelijk vooral aan de Jelle van Damweg, en aan het verlengde hiervan, de Jochem Alberdaweg. Ook bij het kruispunt liggen enkele winkel- en horecapanden aan de P.W. Janssenweg. De Jelle van Damweg is nog altijd de belangrijkste winkelstraat, maar de Coop-supermarkt is vanwege de ruimtebehoefte en de parkeergelegenheid aan de achterkant hiervan gevestigd. Naast de supermarkt is sprake van enkele andere grote aanbieders; dit zijn vooral Blaauw Mode en Blaauw Woonidee. Op modegebied is Blaauw overigens niet de enige aanbieder. Verder is ook in de overige branches sprake van een aanzienlijk aanbod, deels in het dorp zelf. In het dorp zit nog een fietsenzaak en buiten het dorp, verderop aan de Van Damweg is Hubo te vinden.

Bij de N392 is een Welkoop gevestigd. Het aanbod is al met al behoorlijk omvangrijk in Jubbega; dit geldt voor bijna alle groepen in de detailhandel. Leegstand is in Jubbega nauwelijks aanwezig. Er staat slechts 1 klein pand leeg, waardoor de leegstandspercentages ruim onder het Fries en Nederlands gemiddelde liggen. Jubbega heeft een lokale verzorgingsfunctie.

GEBIEDSASPECTEN

De Coop-supermarkt in het dorp is een belangrijke drager van de voorzieningenstructuur. In Jubbega is de Coop echter vrij beperkt qua grootte: amper 1.000 m² wvo. Op den duur zal dit aan de krappe kant zijn om het volledige assortiment te kunnen bieden. In de dagelijkse sector is aanvullend sprake van een bakker; verderop is nog een bloemenwinkel aanwezig. Daarnaast is in het niet-dagelijkse segment het aanbod nog verrassend groot, met name op het gebied van mode en woninginrichting.

De bereikbaarheid van het dorp en de winkels is prima te noemen. De verkeersstructuur is in het hele dorp echter nogal onduidelijk. Als je weet waar de supermarkt ligt is de vindbaarheid goed. De Coop ligt namelijk achter de winkels aan de Jelle van Damweg, met een doorsteek hiernaartoe. De entree van het parkeerterrein bij Coop is aan de P.W. Janssenweg. Mede hierdoor is de zichtbaarheid niet goed; je kunt de supermarkt niet zien liggen. De looproutes worden niet aangegeven vanaf de Van Damweg. De compactheid van het aanbod is niet optimaal. De belangrijkste aanbieders voor de dagelijkse behoeften zitten geconcentreerd bij elkaar, maar enkele andere winkels als Hubo, Welkoop en een bloemenzaak zitten (ver) buiten het centrum.

Het water aan de Jelle van Damweg biedt mogelijkheden om gezelligheid en sfeer in het dorp te brengen. Tot op heden is hier nog onvoldoende mee gedaan. Het ontbreken van sfeer heeft niet alleen te maken met de inrichting van de openbare ruimte en het benutten van het water, maar ook met de uitstraling van diverse winkelpanden. Al deze aspecten scoren op dit moment onvoldoende om als centrum aantrekkelijk te zijn voor bezoekers. Met het water, het vele groen en een bruggetje zijn de verschillende elementen wel aanwezig. Bij het water staan ook bankjes om even te gaan zitten. Horeca ter ondersteuning van de detailhandel is eveneens aanwezig. Terrassen zijn er niet of nauwelijks. Bij Coop is het parkeerterrein zeer functioneel ingericht. In het centrumgebied van Jubbega is aanvullend op het gebied van voorzieningen een kapper, een huisarts en de Rabobank aanwezig.

De parkeerplaatsen in Jubbega zijn lastig vindbaar. Langsparkeren is aan beide zijden van het water mogelijk; ter hoogte van de Bremsingel ligt een klein parkeerterreintje in het midden. Bij de supermarkt ligt uiteraard een royaal parkeerterrein. Kwantitatief is sprake van voldoende plaatsen, en ook kwalitatief voldoen de plaatsen redelijk. Bij de supermarkt zijn enkele fietsenklemmen aanwezig, elders niet.

ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor de hele gemeente, inclusief Jubbega, is niet aanwezig. Regionale afstemming met omliggende gemeenten over het detailhandelsbeleid vindt niet plaats. Wel is er sprake van overleg van de gemeente met de provincie over het detailhandelsbeleid in het algemeen.

De ondernemersvereniging Handel, Nijverheid en Industrie (HNI) Jubbega is een actieve club voor de hele plaats, inclusief Hoornsterzwaag. De HNI is momenteel samen met de gemeente bezig om een plan voor het dorp op te stellen, om dat vervolgens uit te gaan voeren. De gemeente kent geen echte retail-regelingen. Wel kent Heerenveen ter ondersteuning van de ondernemers een ondernemersfonds, dat beheerd wordt door de Stichting Heerenveens Ondernemers Fonds (HOF). Het Fonds wordt gevoed door een opslag van de OZB; er zijn 7 trekkingsgebieden benoemd, verdeeld over de hele gemeente. Op basis van het trekkingsrecht kunnen partijen voor maximaal 3 jaar verplichtingen aangaan. Een van de trekkingsgebieden betreft de HNI. Verder kent de gemeente een Fonds Vitale Kernen (2017); dit moet evenwel nog gevuld worden.

SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet of mobiel opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in Jubbega blijkt dat er geen gezamenlijke website voor Jubbega bestaat. Google vindt diverse verzamelsites en een enkele individuele winkel. De verzamelsites geven een volledig beeld van het winkelaanbod, maar zonder foto's en beschrijving. Om te kunnen zien wat er te doen is in Jubbega mist de bezoeker ook een website. Er is geen activiteitenkalender of duidelijke agenda. Verzamelsites als Dagjeweg.nl en Fijnuit.nl tonen vooral veel attracties buiten Jubbega en stimuleren het bezoek dus niet.

Er is geen gezamenlijke Facebookpagina of een gezamenlijk Instagram-account. Individuele winkels zijn grotendeels actief op Facebook. Wat Instagram betreft komt naar voren dat op de locatie Jubbega en hashtag #jubbega diverse winkels actief zijn; hieronder vallen o.a. ook winkels uit Drachten die de hashtag #jubbega gebruiken.

SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het centrale winkelgebied van Jubbega weergegeven.

STERKTES	ZWAKTES
Supermarkt (van redelijke omvang)	Vindbaarheid supermarkt
Nauwelijks leegstand	Geen eigen website
Relatief groot niet-dagelijks aanbod	Inrichting openbare ruimte en sfeer
KANSEN	BEDREIGINGEN
Compacter centrum, meer eenheid en sfeer	Dalend inwonertal
Zichtbaarheid online	Groei online aankopen

Voor een plaats met de omvang van Jubbega is de aanwezigheid van een goede supermarkt met voldoende parkeerplaatsen erg belangrijk. De supermarkt is met nog geen 1.000 m² wvo naar de huidige maatstaven aan de kleine kant, maar voldoet op dit moment nog wel. Ook het parkeren is in voldoende mate mogelijk. De vindbaarheid vormt voor onbekenden zeker een minpunt; de supermarkt ligt verstopt achter de winkels. Gunstig is wel dat er nauwelijks sprake is van leegstand in Jubbega. Verschillende andere winkels (mode, fietsen, woninginrichting) zijn ook in het centrum gevestigd; deze hebben hun eigen klantenkring, en vormen een goede aanvulling op het aanbod. Het is jammer dat niet alle (dagelijkse en doelgerichte) winkels direct in het centrumgebied aanwezig zijn. Mogelijk dat op termijn het winkelgebied nog iets verder geconcentreerd kan worden. Voor het (recreatieve) winkelaanbod is een aantrekkelijke inrichting van de openbare ruimte heel belangrijk; hier is zeker nog winst te behalen. Ook is het belangrijk om gelijktijdig de vindbaarheid online te verbeteren; een gezamenlijke website is niet aanwezig en social media kan nog beter (en meer specifiek voor Jubbega) ingezet worden. Juist door de groei van het online winkelen wordt dit steeds belangrijker.

- Het opstellen van visie op het dorp met een concreet actieplan is gewenst. Hier wordt momenteel ook aan gewerkt. Door de ondernemersvereniging, Plaatselijk Belang en de gemeente Heerenveen is een intentieovereenkomst ondertekend die de basis vormt voor de aanpak van het centrum.
- Voor Jubbega is het van belang om voorbereid te zijn op wat er in de toekomst staat te gebeuren met de winkels. Inzage in de gemiddelde leeftijd van ondernemers (opvolging), uitbreidingswensen, verplaatsingswensen ed. zijn van belang om te kunnen beoordelen of de compactheid van het winkelgebied overeind blijft of – sterker nog - versterkt kan worden. Om het straatbeeld zo aantrekkelijk mogelijk te houden is een compact centrum nodig. De winkels hebben elkaar nodig; in elkaars nabijheid kunnen ze elkaar versterken. In het actieplan voor het centrum wordt hiermee rekening gehouden.
- De herinrichting van de openbare ruimte kan het centrum van Jubbega meer sfeer geven. Hierbij kan gekeken worden hoe in het centrum een hart gecreëerd kan worden en hoe het water beter benut kan worden. In het actieplan voor het centrum wordt ook hiermee rekening gehouden.
- Tenslotte kan de online zichtbaarheid en vindbaarheid verhoogd worden door winkels/ondernemers en de bezienswaardigheden een eigen pagina te geven op een collectieve website. Ook op social media kunnen winkels vaker getoond worden. Dit is een aspect dat de komende jaren steeds belangrijker wordt. In het geval van Jubbega liggen hier nog kansen ter verbetering.

JUBBEGA							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	19	12	63%				
m2 wvo winkels	7.527	5.093	68%				
Aantal inwoners	3.258	stijgend/gelijk/ dalend		NL	FR		
Percentage 65+	20,6%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	26,4%			28,4%	28,5%		
Aspect	Score						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels		v					
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes	v						
Compactheid winkelgebied		v					
Sfeer en gezelligheid/beleving	v						
Inrichting openbare ruimte	v						
Ondersteuning daghoreca		v					
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				huisarts, bank			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief		v					
Aanbod fietsenstallingen		v					
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig kwg?	1		1				
Fullservice/discount	1/0		Coop				
% dagelijks aanbod	12%						
Trekkers niet-dagelijks	Blaauw mode en wonen						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie		v					
Leegstand	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	65	65	100%	0,6	6,8	6,3	
# vkp	1	1	100%	2,6	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	frictie	langdurig	structureel				
vkp	0%	100%	0%				
m2 wvo	0%	100%	0%				
Overige aspecten	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?		v					
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		HNI Jubbega				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v	wel ondernemersfonds				
Internet/social media							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 3/5	Geen gezamenlijke website, wel beeld van winkels					
Wat bij google: "Wat te doen in....."	Score 2/5	Geen kalender, weinig informatie					
Facebookpagina aanwezig?	Nee						
Instagram aanwezig?	Nee						
Overzicht branchering							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detaih.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	911	771	0	5.487	293	65	7.527
vkp	3	3	0	10	2	1	19
per 1.000 inwoners	279	236	0	1.678	90	20	2.303
Aanbod per 1.000 inwoners	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detaih.ov.	leegstand	totaal
INWONERKLASSE							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

Broekhuis Rijs Advisering, oktober 2019